

## **PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

**Salsa Nurholisah**

STAI KH. Abdul Kabier

[rahmadantymusrifa@staikha.ac.id](mailto:rahmadantymusrifa@staikha.ac.id)

**Rahmadanty Musrifah Chumairo Dewy**

STAI KH. Abdul Kabier

[rahmadantymusrifa@staikha.ac.id](mailto:rahmadantymusrifa@staikha.ac.id)

**Rusma Permana**

STAI KH. Abdul Kabier

[rahmadantymusrifa@staikha.ac.id](mailto:rahmadantymusrifa@staikha.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan dari persepsi dan religiusitas masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Program aplikasi yang digunakan untuk mengolah data yaitu SPSS versi 25. Dalam penelitian ini sampel yang ditetapkan sebanyak 98 orang dengan menggunakan rumus slovin dan pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan teknik cluster sampling yang cara pengambilan sampel acak berdasarkan area atau wilayah. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari pembagian kuesioner terhadap masyarakat desa Sukaraja sesuai dengan karakteristik responden yang peneliti tentukan. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert dengan skala 1 sampai 5. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat desa Sukaraja didapat hasil  $t_{hitung} > t_{tabel} (7,048 > 1,984)$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%), religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat desa Sukaraja didapat hasil  $t_{hitung} > t_{tabel} (4,060 > 1,984)$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%), persepsi dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat desa Sukaraja didapat hasil  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $65,783 > 3,09$ . Dengan demikian perbankan syariah sangat mudah meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang keuangan syariah agar dapat diterima dan dimengerti oleh seluruh masyarakat desa Sukaraja.

**Kata Kunci:** Persepsi, Religiusitas, Minat Menabung dan Masyarakat

### **PENDAHULUAN**

Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional yang menjalankan kegiatan usahanya dengan menggunakan sistem bunga, bank syariah menjalankan kegiatan usahanya dengan menggunakan prinsip bagi hasil. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan

Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam.

Persepsi merupakan suatu proses mengetahui atau mengenali objek dengan bantuan indra, yang mana kunci dari timbulnya sebuah persepsi adalah minat. Faktor pertimbangan agama atau religiusitas dapat menjadi indikator penting terhadap minat dan dapat menjadi motivator penting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang diberi penjelasan tentang produk/jasa perbankan syariah mempunyai kecenderungan yang kuat untuk memilih bank syariah. Maka dari itu dapat dipahami bahwa persepsi merupakan bentuk dari segala macam informasi yang didapatkan dari berbagai sumber.<sup>1</sup>

Bank Syariah didorong oleh faktor agama (religiusitas) yang menekankan ketaatan pada prinsip-prinsip syariah Islam. Karena Islam memiliki aturan-aturan yang dinamis dan sederhana tentang segala hal pada kehidupan sehari-hari, maka diharapkan seluruh umat Islam dapat menjalankan segala aktivitasnya sehari-hari sesuai dengan syariat Islam. Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang muncul yang didasarkan atas keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual terhadap suatu agama. Religiusitas adalah aspek keagamaan yang ada pada diri seseorang yang mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketaatan mereka terhadap agama.<sup>2</sup>

Setiap orang memiliki persepsi dan religiusitas yang berbeda-beda sesuai dengan tingkatan yang dimiliki. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat tentang perbankan syariah disebabkan karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah. Selanjutnya peneliti dalam hal ini melakukan survey kepada beberapa Masyarakat Desa dengan kriteria memiliki pengetahuan serta wawasan mengenai lembaga keuangan perbankan khususnya bank syariah. Pak Haerul Soleh merupakan masyarakat penduduk desa Kp. Kaso Kobat. Ia mengetahui perbuatan riba itu di haramkan oleh Allah SWT, bank konvensional dan bank syariah mempunyai karakter atau sistem yang berbeda. Bank syariah baru berkembang dan belum terkenal di masyarakat desa. Jadi sampai saat ini Pak Haerul Saleh masih menggunakan bank konvensional. Santi merupakan masyarakat penduduk desa Kp. Panjenjoan. Ia lebih beranggapan dari segi produk bank syariah lebih unggul tapi dari segi

---

<sup>1</sup> Imran dan Bambang Hendrawan. 2017. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 1 Nomor 2, hal. 210

<sup>2</sup> Nur'aini Ika Ramadhani, dkk. 2019. *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang)*. e – Jurnal Riset Manajemen: hal. 81

fasilitas bank konvensional yang unggul dikarenakan aksesnya yang menjangkau hingga ke desa-desa misalkan *BRILINK*. Hingga saat ini santi masih menggunakan bank konvensional.

Berdasarkan macam-macam persepsi yang beredar inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besarkah pengaruh persepsi terhadap kecenderungan minatnya untuk tidak menggunakan ataupun menggunakan produk khususnya tabungan daripada perbankan syariah yang dipilih. Pada penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan pada responden yang mampu memberikan respon/tanggapan yang sesuai dengan pertanyaan, responden juga memiliki jawaban/tanggapan yang sesuai dengan keadaan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Persepsi**

Menurut Kotler, persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna tentang dunia.<sup>3</sup>

Menurut Sugihartono, persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia.<sup>4</sup>

Menurut Asrori, persepsi adalah proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman.<sup>5</sup>

Dari paparan di atas maka penulis menyimpulkan persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya persepsi bertujuan untuk mengidentifikasi pengalaman manusia terhadap dunia. Setiap manusia memiliki kecenderungan untuk melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan ini bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandang masing - masing orang.

### **Religiusitas**

Religiusitas berasal dari kata *region* (agama). Menurut pandangan Islam, agama adalah

---

<sup>3</sup> Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, hal. 164

<sup>4</sup> Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Pers, hal. 8

<sup>5</sup> Asrori, Mohammad. 2009. *Psikologi Pembelajaran*. Bandung: Wacana Prima, hal. 214

al-din yang berarti nasehat, pedoman dan aturan hidup persepsi.<sup>6</sup> Pada hakikatnya agama berarti menyelaras yaitu selaras antara dunia dan akhirat agar menjadi lebih baik. Religiusitas dalam pengertian Glock dan Stark adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku institusional yang semuanya berfokus pada persoalan-persoalan yang dianggap paling bermakna (ultimate meaning).<sup>7</sup>

Pengertian religiusitas adalah suatu sistem yang kompleks yang berasal dari kepercayaan, keyakinan, sikap dan ritual yang menghubungkan antara individu dengan sesuatu yang ada atau sakral. Religiusitas merupakan satu kesatuan unsur yang tidak terpisahkan, yang mana seseorang disebut sebagai orang yang beragama (being religious) dan tidak hanya sekedar mengaku memiliki agama (having religion). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman agama, pengalaman ritual agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial keagamaan.

### **Minat**

Minat merupakan suatu bentuk dari perhatian, kesukaan, kesenangan maupun ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu (KBBI). Minat dapat direalisasikan dengan cara mengarahkan potensi yang ada menuju tanggapan seseorang terhadap bidang tertentu.<sup>8</sup>

Adapun minat menabung adalah keinginan yang datang dari diri sendiri untuk melakukan penyimpanan harta dalam bentuk uang atau benda berharga lainnya pada bank dengan tujuan tertentu. Minat menabung adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk perbankan, dan ingin mencoba, menggunakan dan memiliki produk tersebut dalam hal ini tabungan. Minat (interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Usia Rentang usia juga ikut andil dalam keputusan yang diambil

---

<sup>6</sup> Siti Raihana dan Riza Aulia Azhary. 2019. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)*. Global Journal of Islamic Banking and Finance 2, no 2. hal. 114

<sup>7</sup> Ancok dan Suroso. 2011. *Psikologi Islam Solusi Islam Atas Problem–Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hal. 76

<sup>8</sup> Daniel Dan Anas. 2017. *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah: Equilibrium Vol. 5 No. 1, hal. 90

seseorang. Rentang usia 10-21 tahun atau biasa disebut remaja, lebih mudah terbujuk rayuan iklan sehingga kecenderungan dalam berperilaku konsumtif lebih besar.<sup>9</sup>

### **Menabung**

Menabung merupakan suatu perilaku yang sangat penting bagi setiap individu dalam suatu masyarakat, karena menabung merupakan salah satu cara untuk menyiapkan kehidupan yang lebih baik. Islam mengajarkan masyarakat untuk menabung sebagai salah satu cara untuk berjaga-jaga saat miskin, berjagajaga saat membutuhkan dan sebagai salah satu bentuk persiapan untuk masa depan.

#### **a. Manfaat Menabung**

Adapun manfaat dari pada menabung antara lain:

##### **1) Manfaat bagi bank**

- a) Sebagai salah satu sumber dana bagi bank yang bersangkutan dan dapat digunakan sebagai penunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan atau laba.
- b) Sebagai penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas produk-produk lainnya.
- c) Untuk membantu program pemerintah dalam rangka pertumbuhan ekonomi.  
Meningkatkan kesadaran bagi masyarakat untuk menyimpan dananya di bank.

##### **2) Manfaat bagi nasabah**

- a) Terjamin keamanannya karena dengan menyimpan uang di bank keamanan akan uang terjamin.
- b) Akan mendapatkan bunga dengan menyimpan uang di bank.
- c) Dapat terhindar dari pemakaian uang secara terus menerus.
- d) Adanya kepastian saat penarikan uang, karena dapat dilakukan setiap saat dimana saja dan tidak dikenakan biaya administrasi dengan fasilitas ATM.

Dari hasil penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Persamaan dari penelitian yaitu sama-sama meneliti minat menabung di bank syariah. Adapun perbedaannya adalah sebagai berikut :

1. Perbedaan penelitian ini dengan dilakukan oleh peneliti terletak pada subjeknya, dan jumlah variabel yang diteliti, pada penelitian Nuril Fijriah meneliti Pengaruh Persepsi (X) Terhadap

---

<sup>9</sup> Syahril. 2018. *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam : Vol. 4 No. 1/Maret, hal. 142

- Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Y), menggunakan 2 variabel.<sup>10</sup> Sedangkan yang peneliti lakukan adalah meneliti pengaruh persepsi (X1) dan religiusitas (X2) masyarakat desa terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).
2. Pada penelitian Imran dan Bambang Hendrawan meneliti Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah yang lokasi penelitiannya dilakukan pada masyarakat Batam<sup>11</sup>, perbedaan terletak pada variabel dan subjek penelitian sedangkan yang peneliti lakukan adalah meneliti pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap masyarakat desa menabung di Bank Syariah yang lokasi atau subjeknya pada masyarakat Desa Sukaraja.
  3. Perbedaannya terletak pada dan subjek penelitian, pada peneliti Heru Cahyono, Nur Muhamad Faiz Amin, Tarjono dan Agung Mardiyansyah Mahasiswa IAI Bunga Bangsa Cirebon, meneliti Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin).<sup>12</sup> Sedangkan yang peneliti lakukan adalah meneliti pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap masyarakat desa menabung di Bank Syariah.
  4. Perbedaan penelitian ini dengan dilakukan oleh peneliti terletak pada variabel dependen, dan jumlah variabel yang diteliti, pada penelitian Triuspitorini meneliti Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah.<sup>13</sup> Sedangkan yang peneliti lakukan adalah meneliti pengaruh persepsi dan religiusitas masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode korelasional karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap masyarakat desa menabung di bank syariah. Menurut

---

<sup>10</sup> Nuril Fijriah. 2021. *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah di Mahasiswa fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018*, hal. 78

<sup>11</sup> Imran , Bambang Hendrawan. 2017. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. *Journal of Business Administration*: Vol1, No 2, September, e-ISSN:2548-9909, hal. 63-72

<sup>12</sup> Cahyono, Heru, dkk. 2021. *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin*. *Journal of Economy and Banking*: Vol 2 No 2. 2021, hal. 68

<sup>13</sup> Triuspitorini, F. A. 2020. *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah*. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*: 4(2)

Sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan korelasional menunjukkan penelitian mencari pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Responden pada penelitian ini berjumlah 98 orang yaitu masyarakat Desa Sukaraja Kecamatan Warunggunung.

Dalam metode ini, peneliti menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah dengan cara *purposive sampling*. Purposive sampling merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria satuan sampling yang dipilih yaitu responden memiliki KTP, mempunyai penghasilan, dan responden bersedia menjadi sampel penelitian.

Menurut Sugiyono mendefinisikan sampel yaitu sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya. <sup>14</sup>Peneliti mengambil beberapa sampel namun tetap dapat mewakili keseluruhan populasi. Jumlah sampel disini dapat ditentukan dengan rumus Slovin yang dikembangkan oleh Isaac Dan Michael, adapun rumus Slovin dengan derajat kesalahan 10% yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini, jika populasi (N) adalah 4.874 jiwa, dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 10%, maka rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4.874}{1+4.874 (0,01)} + \frac{4.874}{1+48,74} + \frac{4.874}{49,74} = 97,98 = 98$$

---

<sup>14</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2010).h.115

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut diperoleh jumlah dalam penelitian ini sebanyak 98 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner atau angket dengan menggunakan *Skala Likert*. Adapun bentuk penyajian tabel *Skala Likert* yaitu Sangat Setuju, Setuju, Ragu-Ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel persepsi (X1) dan religiusitas (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat menabung (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan dari beberapa analisis data dengan cara uji hipotesis.

a. Uji Regresi Linier Berganda

**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.979	1.067		3.729	.000
	Presepsi	.394	.056	.548	7.048	.000
	Religiusitas	.292	.072	.316	4.060	.000

a. Dependent Variable: MinatMenabung

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat hasil dari variabel persepsi dan variabel religiusitas terhadap minat menabung masyarakat (Desa Sukaraja Kecamatan Warunggunung), maka persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a+b1 X1+b2 X2+e$$

$$Y = 3,979+0,394+0,292+e$$

Keterangan :

Y = Minat menabung

X1 = Persepsi

X2 = Religiusitas

e = Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0

Adapun persamaan garis regresi yang diperoleh, maka model regresi liner berganda di atas dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 3,979 artinya jika Persepsi (X1) dan Religiusitas (X2) nilainya adalah 0, maka Minat Menabung (Y) 3,979.
- 2) Koefisien regresi variabel Persepsi (X1), yaitu 0,394 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan total Persepsi mengalami kenaikan satu satuan, maka Minat Menabung (Y). mengalami kenaikan sebesar 0,394.
- 3) Koefisien regresi variabel Religiusitas (X2) sebesar 0,305 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan budaya mengalami kenaikan satu satuan, maka Minat Menabung (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,292.

**b. Uji Parsial ( T )**

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikatnya atau untuk mengetahui pengaruh variabel independen persepsi dan religiusitas terhadap variabel dependen minat menabung masyarakat di bank Syariah.. Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara hasil  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  berdasarkan ketentuan apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  maka H1 ditolak dan H0 diterima begitupun sebaliknya jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka H1 diterima dan H0 ditolak. Selain itu dapat juga dilihat dari nilai signifikansi dengan ketentuan apabila nilai signifikansi > 0,05 maka H0 diterima H1 ditolak yang berarti tidak signifikan, sebaliknya apabila nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak H1 diterima yang berarti signifikan.

**Hasil Uji Parsial ( T )**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.979	1.067		3.729	.000
Presepsi	.394	.056	.548	7.048	.000
Religiusitas	.292	.072	.316	4.060	.000

a. Dependent Variable: MinatMenabung

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

1) Pengaruh Persepsi (X1) terhadap Minat Menabung (Y)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas didapat  $t_{hitung}$  sebesar 7,048 dan  $t_{tabel}$  adalah  $dk = n - 2$  ( $98 - 2 = 96$ ) maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 didapat hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,048 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%) maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh persepsi terhadap minat menabung.

2) Pengaruh Religiusitas (X1) terhadap Minat Menabung (Y)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas didapat  $t_{hitung}$  sebesar 4,060 dan  $t_{tabel}$  adalah  $dk = n - 2$  ( $98 - 2 = 96$ ) maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 didapat hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,060 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%) maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung.

c. Uji Simultan ( F )

Uji F digunakan untuk mengetahui mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

**Hasil Uji Simultan ( F )**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	160.563	2	80.281	65.783	.000 <sup>b</sup>
Residual	115.937	95	1.220		
Total	276.500	97			

a. Dependent Variable: MinatMenabung

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Presepsi

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Apabila nilai probabilitas signifikansi yang dihasilkan p-value < 5% atau 0,05. Maka kesimpulan yang akan didapatkan secara simultan bahwa setiap variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen atau X1 dan X2 pada penelitian ini berpengaruh

secara signifikan terhadap variabel dependen atau Y dengan menggunakan dasar signifikansi sebesar 0,000 dengan tingkat signifikan < 0,05.

d. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.572	1.105

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Presepsi

b. Dependent Variable: MinatMenabung

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Dapat dilihat pada tabel di atas hasil pengujian diperoleh nilai sebesar 0.581, artinya variasi perubahan variabel independen yaitu persepsi dan religiusitas dapat menjelaskan variasi perubahan variabel minat menabung masyarakat di bank syariah 57,2% sedangkan sisanya (100% - 57,2% = 42,8%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diestimasi.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan pada pengujian pengaruh persepsi dan religiusitas masyarakat desa Sukaraja Kecamatan Warunggunung terhadap minat menabung di bank syariah, kesimpulannya sebagai berikut:

1. Persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat desa Sukaraja Kecamatan Warunggunung di bank syariah, didapat hasil  $t_{hitung}$  sebesar 7,048 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 didapat hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (7,048 > 1,984) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%).
2. Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat desa Sukaraja Kecamatan Warunggunung di bank syariah, di dapat hasil  $t_{hitung}$  sebesar 4,060 dan  $t_{tabel}$ , maka diperoleh

$t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,984 didapat hasil  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $4,060 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%).

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada uji f menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi (X1), religiusitas (X2) masyarakat desa Sukaraja Kecamatan Warunggunung terhadap minat menabung (Y) dengan memperoleh nilai  $f_{\text{hitung}}$  sebesar 65,783 dengan signifikan 0,000. Oleh karena itu nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan memperoleh  $f_{\text{tabel}}$  3,09. Ini berarti  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$  yaitu  $65,783 > 3,09$ .

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ancok dan Suroso. 2011. *Psikologi Islam Solusi Islam Atas Problem–Problem Psikologi* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bawowo, Anton. 2006. *Multifariate Analysis Dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.

Antonio, M Syafi'i. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabeta.

Asrori, Mohammad. 2009. *Psikologi Pembelajaran*. Bandung: Wacana Prima.

Sunyanto, Danang. 2015. *Konsep Dasar Riset & Pemasaran Perilaku Konsumen*.

Departemen Agama RI. 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Bandung: CV Diponegoro.

Edy Wibowo, dkk. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Fadila, Dewi dan Lestari, Sari. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citra Books Indonesia.

Ghozali, Iman. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Thoha, Miftah. 2005. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Rianto, M. Nur. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah : Teori dan Praktik*. Bandung : Pustaka Setia.

Perek. 1984. *Metode Belajar dan Kesulitan-kesulitan Belajar*. Bandung: Tarsito.

Sjahdeini. 2015. Sutan Remy. *Perbankan Islam*. Jakarta: PT Pustaka Utama Graffiti.

Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Uny Pers

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi dengan Perbandingan Hitungan Manual dan IBM SPSS)*. Jakarta: Kencana.

Cahyono, Heru, dkk. 2021. *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin*. Journal of Economy and Banking, Vol 2 No 2.

Daniel dan Anas. 2017. *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah: Equilibrium Vol. 5 No. 1.

Ervanda Revonnarta dan Rachma Indrarini. 2021. *Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Melalui Bank Syariah Di Sidoarjo*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam 4, No 2.

Fitri dan Nanda. 2018. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura*. Kompetensi Vol. 12, No. 2.

Imran , Bambang Hendrawan. 2017. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. Journal of Business Administration Vol 1, No 2.

Manhaj. 2016. *Analisa Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional Di Kota Bengkulu*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 4, Nomor.

Mohammed Ben Mimon. 2019. *Islamic Banking and Real Performance in A Dual Banking System Evidence From Saudi Arabia*. Dalam International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management (IMEFM) vol. 12 no. 3.

Nur'aini Ika Ramadhani, dkk. 2019. *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang)*. e – Jurnal Riset Manajemen.

Nuril Fijriah. 2021. *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah di Mahasiswa fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018*.

Putri Dyah Wardani dan Susanti. 2019. *Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*”. Jurnal Pendidikan Akuntansi 7, no 2.

Syahrial. 2018. *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam: Vol. 4 No. 1.

Tripuspitorini, F.A. 2020. *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 4(2).